

Inbjudan till teckning av aktier i United Media Sweden AB

Teckningstid 20 okt – 24 nov 2008



HEMBINGO – BORTA BRA MEN HEMMA BÄST



HAPPYBINGO – JOIN THE HAPPY FAMILY

Innehåll

Sammanfattning	4
Bakgrunden och framtiden.....	4
Erbjudandet	4
Inledning/Bakgrund	5
Om erbjudandet	5
Bolagets nuvarande läge.	5
HEMBINGO och HAPPYBINGO "Två vinnande sätt att umgås på"	6
Motiv till erbjudandet	7
Notering First North	7
Styrelse, ledande befattningshavare och revisor:.....	8
Ledningen har ordet	9
Resultat och Möjligheter	10
Resultatrapport per 08-08.....	10
Balansrapport per 0808.....	11
Marknaden och konkurrensen	12
Marknadsföringsstrategi	12
Bolagets framtidsutsikter	12
Kritisk massa och hävstång vid Bingospel	13
Nuvarande resultat och Prognos.....	14
Villkor och anvisningar	17
Emissionsvolym	17
Teckningskurs	17
Teckningsposter	17
Pris per post.....	17
Teckningstid.....	17
Anmälan	17

Ifylld teckningsanmälan skickas till:	17
Räkenskaper/Finansiell information	18
Rättigheter och avtal	18
Patent och Immateriella tillgångar	18
Domännamn	18
Försäkringar	18
Väsentliga avtal	18
Tvister	19
Bolagskoden	19
Aktieägaravtal m.m.	19
Likvidation	19
Rättsprocesser	19
Transaktioner med närstående	19

Bilaga: Blankett för Teckningsanmälan.

Sammanfattning

Bakgrunden och framtiden

HEMBINGO har efter en omfattande lanseringskampanj i januari 2008, t.o.m. augusti 2008 ca 25 000 registrerade kunder. Besökarna är trogna och lojala. De ligger i intervallet 100 – 200 gäster per dag. Med ett starkt kunderbjudande och särskiljande identitet är graden av spelupplevelse och kundnöjdhet mycket god.

HEMBINGO:s nuvarande positionering behöver kommuniceras och stärkas genom ökad och fortlöpande närvaro i tongivande marknadsföringskanaler. Dessa åtgärder kommer att öka kundstocken från nuvarande något kritiska volym till det dubbla inom en sex månaders period.

HEMBINGO redovisar för närvarande ett verksamhetsresultat på break-even nivå. Den balansen nåddes redan fem månader efter lanseringen.

HAPPYBINGO förvärvades den 1 maj 2008. Med ca 35 000 registrerade kunder, en genomarbetad och internationellt anpassad spel- och produktstruktur och med ett enskilt rörelseresultat som löpande överstiger break-even, har HAPPYBINGO, ingående i det internationella Bingonätverket St Minver, endast fyra månader efter förvärvet, påbörjat sin etablering i Danmark i juli och i Tyskland under september. Med dessa första internationella fotfästen som grund skall nu inbrytningen i Danmark och Tyskland fortsätta. Genom utveckling av nätverks- och partnersamarbeten skall kund- och omsättningsvolymen dubblas.

Inom ett år beräknas United Media kunna generera närmare en miljon kronor i nettoöverskott per månad, med fortsatta marknadsföringsåtgärder inräknade

Erbjudandet

I denna nyemission har befintliga aktieägare och optionsinnehavare företrädesrätt att för varje tvåtal aktier eller optionsrätter i befintligt innehav teckna en ny aktie, motsvarande ett tillskott om 7 020 000 nya aktier.

Emissionskursen är satt till 1,50 SEK per aktie, vilket medför att Bolaget vid full anslutning tillförs 10 530 000 SEK före sedvanliga emissionskostnader. Detta motsvarar ca 35 procent av Bolaget.

Emissionen syftar till att genom tillskott av kapital öka marknadsföringsåtgärderna för HEMBINGO och HAPPYBINGO.

För HEMBINGO kommer satsningen primärt utgöras av en stark varumärkeskommunikation i rikstäckande och tongivande svenska media för att på så sätt öka kännedomen och därmed tillflödet av nya spelande gäster.

För HAPPYBINGO kommer tillfört kapital att användas till punktannonsering, affiliate- och andra nätverksarbeten, för att därigenom skapa ett etablerat fotfäste och god tillväxt på den danska och tyska marknaden.

Inledning/Bakgrund

Om erbjudandet

Styrelsen beslutade på styrelsemöte den 1 september 2008, att med stöd av det bemyndigande som gavs på ordinarie bolagsstämma den 28 juni 2008, att genomföra en nyemission med företrädesrätt för gamla aktieägare och innehavare av optioner att för varje tvåtal aktier i befintligt innehav teckna en ny aktie, motsvarande ett tillskott om 7 020 000 nya aktier. Styrelsen har dessutom mandat att fritt fördela aktier som inte tecknas av befintliga aktieägare eller optionsinnehavare.

Emissionskursen är satt till 1,50 SEK per aktie, vilket medför att Bolaget vid full anslutning tillförs 10 530 000 SEK före sedvanliga emissionskostnader.

En post omfattar således 7 020 aktier och är en investering om 10 530 SEK. De nya aktierna skall medföra samma rätt som de förutvarande aktierna i Bolaget. För en fullständig presentation av Erbjudandet hänvisas till text avseende inbjudan att teckna aktier samt avsnitt om villkor och anvisningar i detta emissionsmemorandum.

Redan när emissionen startar är ca 15 procent av emissionen tecknad. Det är således ca 1 500 000 SEK tecknat av närstående personer till bolagets ledning.

Teckningstid:	2008-10-20– 2008-11-24
Teckningskurs:	1,50 SEK per aktie.
Teckningspost:	7 020 aktier.
Pris per post:	10 530 SEK.
Likviddag:	Enligt anvisningar på teckningsanmälan.
Emissionsvolym:	10 530 000 SEK.
Andel av Bolaget:	35 procent efter genomfört erbjudande vid fullteckning av nyemissionen.

Bolagets nuvarande läge.

HEMBINGO har efter en omfattande lanseringskampjen i januari 2008, t.o.m. augusti 2008 ca 25 000 registrerade kunder. Besökarantalet ligger i intervallet 100 – 200 gäster per dag. Av gjorda marknadsundersökningar vet vi att spelupplevelsen och graden av kundnöjdhet är mycket god. Förutom ett varierat utbud av såväl Bingospel som automat- och lottspel är det mjuka värden som t.ex. känslan av personlighet och gemytlig samvaro, som främst uppskattas av de kontinuerligt återkommande kunderna.

Nuvarande positionering behöver dock kommuniceras genom ökad och fortlöpande närvaro i tongivande marknadsföringskanaler. Dessa åtgärder kommer att öka kundvolymen från den nuvarande något kritiska, till en annan och ännu högre nivå, även i termer om upplevd leverans kvalitet.

HEMBINGO redovisar ett verksamhetsresultat på break-even nivå. Den balansen nåddes redan efter fem månaders aktivitet.

HAPPY BINGO förvärvades den 1 maj 2008.

Med ett väl inarbetat varumärke, en stabil kundkrets och ingående i Bingonätverket St Minver var det strategiska syftet med förvärvet att komplettera det bästa av två bingovärldar med varandra; Hembingo som "enskild" nationell aktör med ett unikt spelutbud och särskiljande positionering och Happy Bingo med inneboende stordrifts- och skalbarhetsfördelar. Med ca 35 000 registrerade kunder, en genomarbetad och internationellt anpassad spel- och produktstruktur kommer HAPPYBINGO att möta fortsatta framgångar på den internationella arenan.

HAPPY BINGO genererar enskilt ett rörelseresultat som löpande överstiger break- even.

HEMBINGO innehar spellicens på Malta utfärdad av Lotteries and Gaming Authorities. HAPPYBINGO verkar utifrån Gibraltar och den licens som ingår i avtalet med bingonätverksleverantören St Minver Ltd.

HEMBINGO och HAPPYBINGO "Två vinnande sätt att umgås på"

HEMBINGO ingår inte i något nätverk och är därmed en "stand alone" sajt på en av BossMedia utvecklade systemplattform.

Med egenutvecklade typer av Bingospel och de olika varianter av automat- och lottspel som ingår i HEMBINGOS produktutbud, bjuder HEMBINGO sina gästade spelare på annorlunda och lite specifika spelupplevelser. Dessa mervärden förstärks ytterligare genom de tre olika bingorum som finns, vart och ett med sin egen karaktär, sina "egna" Bingospel och vinstpotter.

HEMBINGO präglas av interaktivitet och gemenskap. De gästade spelarna har möjligheter att genom en självvald profil spela och umgås med övriga gästade besökare. Med återkommande särskiljande erbjudanden och överraskningsvinster, kombinerad med en chatfunktion som präglas av en högst personlig och "familjär" känsla har HEMBINGO skapat en fast och lojal kundkrets med kontinuerligt återkommande spelare. Denna kundkrets behöver dock öka något i omfattning för att ytterligare förhöja spelupplevelsen hos de besökande gästerna .

HAPPY BINGO ingår i det internationella bingonätverk St Minver, baserade i Gibraltar.

HAPPY BINGO har till skillnad mot HEMBINGO och mot bakgrund att man ingår i detta nätverk ingen uttalad egen särartad profil och positionering. Med ett spelutbud som är gemensamt med andra inom nätverket ingående aktörer drar HAPPYBINGO nytta av de inneboende stordriftsfördelarna med stora kundvolymmer och höga vinstpotter. Expansionsmöjligheterna är goda då behovet av lokala anpassningar redan är tillgodosedda inom ramen för systemarkitekturen. I kraft av ett väletablerat och internationellt anpassat varumärke har HAPPYBINGO under juli 2008 gjort sitt inbrott på den danska marknaden och har sedan september även närvarat på den tyska marknaden.

För närvarande pågår arbetet med att analysera nya internationella inbrott som enligt plan skall ske i början av nästa år.

Happy Bingo etablerades på den svenska marknaden 2006 när tillväxten på nätbingomarknaden var som kraftigast och konkurrensen inte så stor som den sedermera blivit. Happy Bingo har därför inte behövt lägga så stora marknadsföringsresurser utan har kunnat etablera sig och expandera endast med mer understödjande marknadsföringsresurser, främst på affiliate sidan.

Motiv till erbjudandet

Den emission som nu genomförs syftar till att genom tillskott av kapital och marknadsföringsåtgärder i rikstäckande och tongivande media öka medvetandet och därmed tillflödet av spelande gäster till Hembingo på den svenska marknaden.

Dessutom skall marknadsföringsåtgärder uppmärksamma både den danska och tyska marknaden på att Happy Bingo har gjort sin entré.

Notering First North

Styrelsen för bolaget har för avsikt att ansöka om listning av bolaget på First North. Denna listning beräknas kunna ske under 2009.

Styrelse, ledande befattningshavare och revisor:

Ordförande: Hans *Liljeblad*, f 1957.

Advokat, delägare i advokatfirman Karlerö Liljeblad Advokatbyrå. En av grundarna till 24HPoker.

Ledamöter: Gunnar *Werner*, f 1952.

Tidigare under 10 år medlem av AB Svenska Spels koncernledning med ansvar speciellt för utveckling av värdeautomatspelet Jack Vegas och Casino Cosmopol

Krister Fredricson, f 1944.

Tidigare under många år ordförande i bingobranschorganisationen SVEBICO.

Marcus Ossian, f 1973.

IT-entreprenör med säkerhetsfrågor och riskanalys som specialitet.

VD: *Gunnar Werner*

Chief Operating Officer:

Lars Olofsson, f 1959.

Tidigare IT-chef och medlem av koncernledningen i AB Svenska Spel .

Auktoriserad revisor:

Mikael Fredstrand, SET Revisionsbyrå

Ledningen har ordet

Spelmarknaden är i kontinuerlig och snabb förändring, Konkurrensen har ökat . Det är på den marknaden Hembingo lyckats etablera ett starkt namn och varumärke sedan lanseringen i januari.

För att synas mer i det brus som råder behöver varumärket kommuniceras i rikstäckande och tongivande media för att på det sättet göra HEMBINGOS många mervärden kända för fler. Att vi idag med ganska "modesta" marknadsföringsmuskler kommit till den relativt starka position vi har idag indikerar att vi med ganska små medel kan öka vår befintliga, något kritiska, kundvolym radikalt.

Vi vet att vårt erbjudande till befintliga och presumtiva bingospelare är starkt, att det tillmötesgår kundbehoven och att vi utifrån ett produkt- perspektiv befinner oss i en framkantsposition.

HAPPYBINGO ingår i ett av Europas största Bingonätverk. Möjligheten till unikiteten och identitet vad avser såväl spelutbud och framtoning är därför begränsad. HAPPYBINGOS stora fördel är, genom att ingå i nätverket St Minver, vara i princip helt okänslig för antalet egna spelare i den initiala introduktionen på nya marknader. Det är därför HAPPY BINGO med inneboende "mainstream" fördelar och ett starkt varumärke, är ytterst lämpad för en internationell expansion. En sådan har, bara tre månader efter förvärvet av HAPPYBINGO påbörjats. Vi startade i Danmark i juli och en introduktion i Tyskland påbörjades under september. Vi behöver nu fylla på med marknadsföringsresurser för att öka antalet spelare och därmed spelintäkterna, vilket i sig senare kan möjliggöra ytterligare expansion på nya mindre utvecklade marknader.

Med ett förhållandevis litet tillskott av nytt kapital vill vi med detta prospekt göra befintliga och nya aktieägare uppmärksamma på möjligheten att från vårt nuvarande läge, där ett fast intäksflöde möter våra kostnader, kunna få en snabb och positiv resultatutveckling både på den svenska och på den internationella marknaden.

Emissionslikviden kommer till ca 50 % att användas för att på den svenska marknaden och primärt i TV media, synliggöra HEMBINGO med fortlöpande marknads- och varumärkeskommunikation.

Den andra delen av det tillförda kapitalet kommer att användas för att genom primärt affiliate och andra nätverkssamarbeten, skapa ett etablerat fotfäste för HAPPYBINGO på den danska och tyska marknaden.

Vår bedömning är att kapitaltillskottets storlek är fullt tillräckigt för att öka nuvarande något kritiska kundvolym till en nivå och ett intäksflöde som efter årsskiftet 2009 kommer att bära kontinuerliga marknadsföringsinsatser och därutöver generera ett löpande överskott i verksamheten.

Resultat och Möjligheter

Resultatrapport per 08-08

RÖRELSENS INTÄKTER	
SUMMA RÖRELSEINTÄKTER	1 011 243
Övriga kostnader	
Lokalkostnader	-64 717
Reklamkostnader	-3 424 958
Kontorskostnader	-99 322
Administration och konsult kostnader	-2 580 692
RÖRELSENS KOSTNADER	-6 169 689
RESULTAT FÖRE AVSKR	-5 158 446
Avskrivningar	
Avskrivningar på inventarier	-3 300
Finansiella intäkter	
Ränteintäkter	10 281
BERÄKNAT RESULTAT	-5 151 465

Balansrapport per 0808

	Namn	IB År	UB 08-08
TILLGÅNGAR			
Anläggningstillgångar			
	Varumärken	0	2 000 000
	Inventarier	25 013	25 013
	Ack avskrivningar inventarier	-5 013	8 313
	Hembingo Ltd	974 450	275 366
	Lämnade depositioner, långfristiga	50 137	41 173
	Summa anläggningstillgångar	1 044 587	2 333 239
Omsättningstillgångar			
	Kundfodringar	25 000	345 230
	Övriga fodringar	474 644	57 373
	Interimsfodringar	543 667	550 032
	Bank	1 139 743	126 485
	Summa omsättningstillgångar	2 183 054	1 079 130
	SUMMA TILLGÅNGAR	3 227 641	3 412 369
SKULDER OCH EGET KAPITAL			
Eget kapital			
	Aktiekapital	-120 000	-120 000
	Inbetalda insatser	-5 969 500	-10 415 850
	Balanserat resultat	0	4 487 853
	Årets resultat	4 487 853	5 151 465
	Summa eget kapital	-1 601 647	-896 532
Kortfristiga skulder			
	Leverantörsskulder	-561 226	1 451 361
	Övriga skulder	-317 000	-1 004 475
	Interimsskulder	-747 768	-60 000
	Summa kortfristiga skulder	-1 625 994	-2 515 837
	SUMMA SKULDER O EGET KAPITAL	-3 227 641	-3 412 369

Marknaden och konkurrensen

Nätbingo marknaden och speciellt i Sverige har haft en explosionsartad tillväxt under de senaste tre åren. I takt med denna tillväxt har antalet bingoaktörer ökat och det finns för närvarande flera bingosajter som konkurrerar om kundernas uppmärksamhet.

HEMBINGO och HAPPYBINGO hävdar sig utifrån ett produkt- och erbjudandeperspektiv mycket väl. De kontinuerligt återkommande kunderna, utan egentliga marknadsföringsinsatser, visar på styrka i profil och identitet. Det är detta innehåll, som med en stärkt och kontinuerlig varumärkeskommunikation kommer att bidra till att fler upptäcker HEMBINGO och HAPPYBINGO i det konkurrerande brus som råder.

Marknadsföringsstrategi

Av naturliga skäl kan de av styrelse och ledning noga genomarbetade strategierna för marknadspenetration och marknadsföringsåtgärder inte i detalj redovisas i detta prospekt.

Det kapitaltillskott bolaget nu kommer att tillföras kommer uteslutande att användas till marknadsföring.

Ca hälften av den tillförda likviden kommer att användas för att synliggöra varumärket HEMBINGO. Detta kommer att ske med kontinuerlig kommunikation och närvaro i stora rikstäckande media och TV kanaler. Styrelsens analys och uppfattning är att det inte är några nyproducerade stora kampanjer som behövs utan en repetitiv och förhållandevis enkel varumärkeskommunikation. Syftet är att få fler att prova och att i en jämförelse med övriga aktörer upptäcka HEMBINGO och de mervärden HEMBINGO levererar.

För HAPPYBINGO:s del kommer marknadsföringsinsatserna att vara koncentrerade till affiliate samarbeten och nätverksannonsering . Punktannonsering i form av partnersamarbeten och former för dessa är etablerade. Dessa insatser kommer att synliggöra HAPPYBINGO:s entré på den danska och tyska marknaden och kommer att bidra till ett initialt tillräckligt stort kundflöde för att i kraft av detta och med kontinuitet kunna skapa en god position.

Bolagets framtidsutsikter

Den svenska nätbingomarknaden är på väg in i en mognads- och konsolideringsfas. Därmed ökar kraven på särskiljning och positionering. HEMBINGO har dessa nödvändiga ingredienser och ett starkt kunderbjudande. Med en stärkt marknadsföring kommer HEMBINGO att kunna förflytta sig från den nuvarande kritiska volymen med mellan 100 till 200 dagliga gäster till det dubbla inom en sexmånaders period.

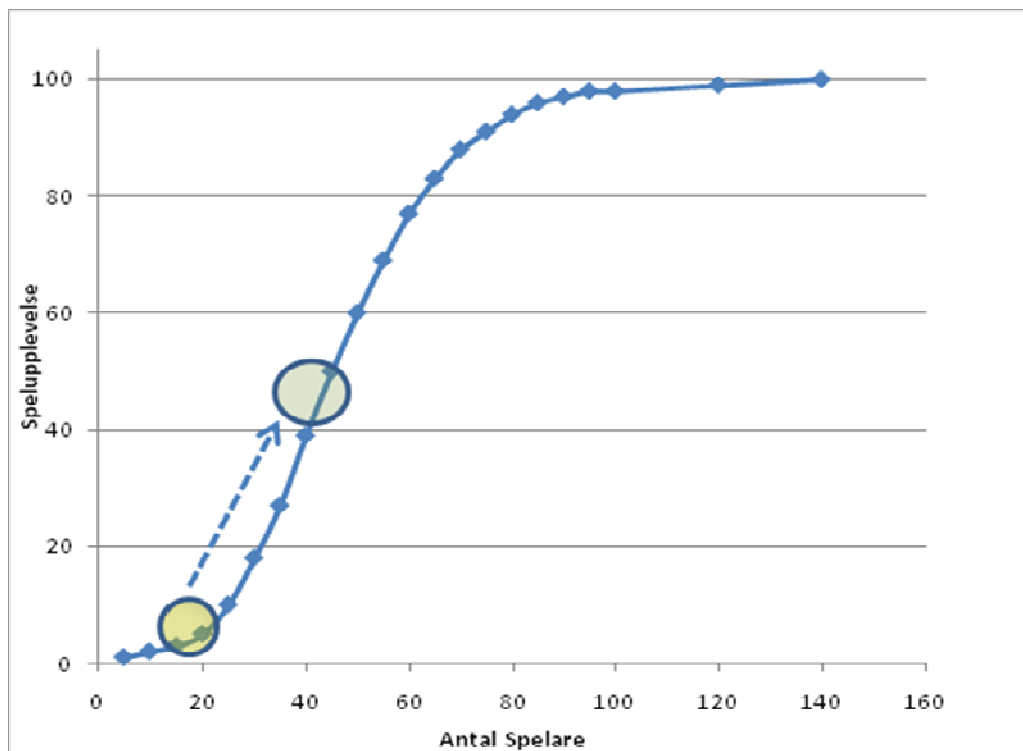
För HAPPY BINGO gäller samma analys; Att genom fortsatt understöd av affiliatesamarbeten på den svenska marknaden och genom inbrytningen i Danmark och Tyskland utveckla nätverksamarbeten och övriga partnersamarbeten uppnå en dubblerad kund och omsättningsvolym.

United Media Sweden AB förvärvade i maj Bingosajten HAPPYBINGO. Syftet med denna dubbling av produktportföljen är att med två olika varumärken tillmötesgå olika bingospelares behov och preferenser, samt att kunna vara såväl lokala som globala.

Kritisk massa och hävstång vid Bingospel

En befogad fråga är givetvis hur många fler spelare som behövs för att påvisa en rejäl resultatförbättring. Nedanstående diagram påvisar att antalet ytterligare spelare som behövs är relativt få, detta beroende på att Bingospel till sin natur är mycket känsligt för antalet samtidiga spelare.

Principiellt förhållande mellan antal spelare och spelupplevelse



Alla som någon gång besökt en bingohall rent fysiskt eller på nätet, vet att spelupplevelsen är stark beroende av antalet närvarande spelare. Det beror både på att antalet spelare i sig är viktigt, men även det faktum att möjligheten att konstruera attraktiva spel är starkt beroende av förväntat antal spelare. Få spelare sätter helt enkelt starka begränsningar på vilka typer av spel som går att konstruera på ett sätt så att de upplevs som roliga att spela på (t.ex. vinstfrekvens, vinsternas storlek, tid för spelomgång, inköpsperiodens längd etc).

Även det interaktiva och mer sociala inslaget i form av chatt och det av chatvärdar drivna chatspelet påverkas tydligt av antalet deltagare.

Erfarenhetsmässigt kan man grovt säga att under tio samtidiga spelare går det knappt bedriva spel, vid 20 deltagare går spelet runt, vid 30-40 spelare händer något och spelupplevelsen ökar högst påtagligt för att ytterligare stiga med ett ökat antal spelare. När man närmar sig ett hundratal spelare planar effekten ut.

Återbesöksfrekvensens står i starkt beroende till spelupplevelsen. Genom att öka antalet spelare relativt marginellt ökar återbesöksfrekvensen och därmed spelupplevelsen markant, som i sin tur ökar spelupplevelsen osv. Bilden illustrerar dagens läge på HEMBINGO med ofta förekommande ca 20-talet spelare, och vad en ökning med ytterligare 20 spelare skulle innebära.

Nuvarande resultat och Prognos

Notera att även om förra årets och även innevarande års ackumulerade resultat är negativt har verksamheten en mycket stor potential. Det ackumulerade resultatet till dags dato består i huvudsak av tre komponenter, utvecklingskostnader för den plattform som idag är i full produktion för HEMBINGO, initiala marknadsföringskostnader i samband med lanseringen av Hembingo och införskaffandet av HAPPYBINGO. Idag bär den operativa verksamheten i stort sina löpande kostnader.

Kostnaderna för den initiala uppbygganden av både teknik och marknad är avklarad och bolaget har idag en stabil grund att stå på där de satsningar som nu görs nu till fullo kan inrikta sig på en expansion av både kundstock och resultat.

I nedanstående grafer visas spelintäkter, kostnader och resultat per månad, då de ovan nämnda initiala kostnaderna för HEMBINGO tom mars 2008 och förvärvet av HAPPYBINGO skalats bort. Alla rörliga framtida värden är beräknade enligt de leverantörsavtal som finns och/eller är baserade på historiskt erfarenhetsvärde.

Uppställningen är uppdelad på HEMBINGO respektive HAPPYBINGO då de två Bingosajterna skiljer sig åt både till sin inriktning och hur fasta respektive rörliga kostnader och resultat varierar med ökande spelintäkter. Förenklat kan man säga att HAPPYBINGO har relativt lägre fasta kostnader och att HEMBINGO å andra sidan behåller en större del av intäkterna efter spelleverantörernas (St Minver resp. Boss Media) andel.

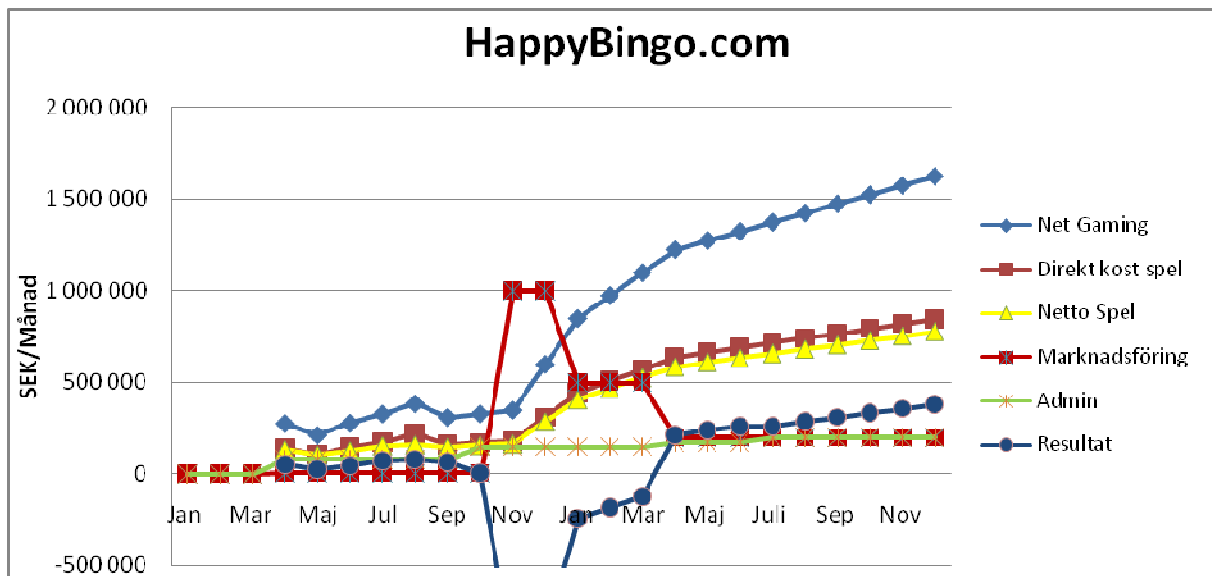
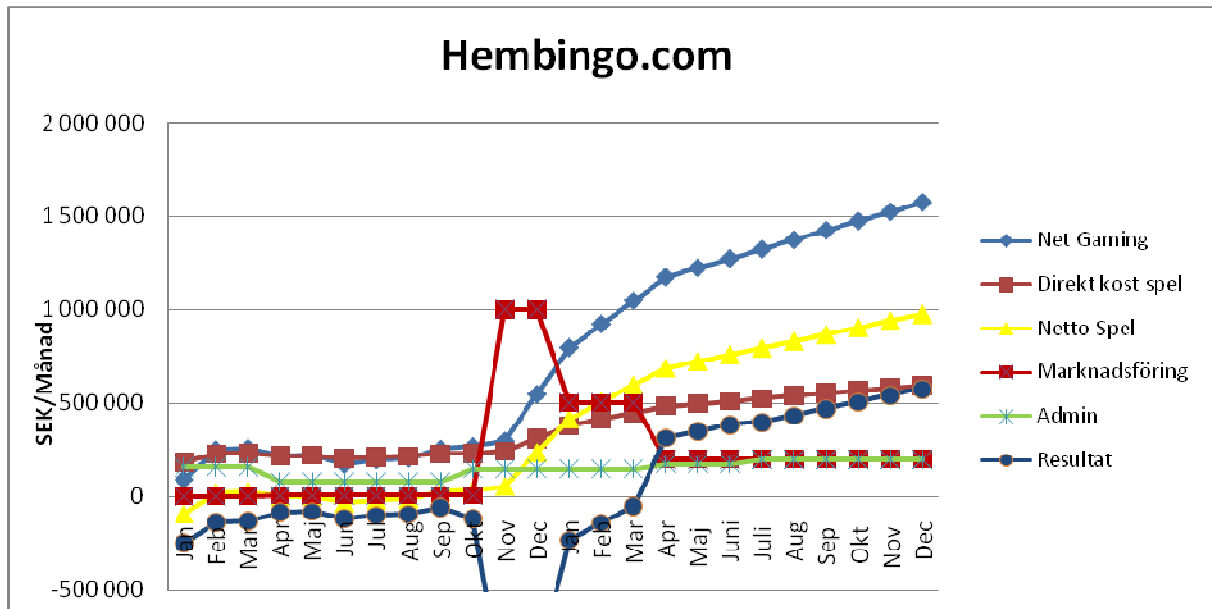
Följande satsningar planeras:

- Från dagens nollnivå satsas from nov 2008 3,5 Mkr per sajt i marknadsföring under 5 månader (1+1+0,5+0,5+0,5 Mkr) .
- From april 2009 satsas 200 kkr per månad och sajt i marknadsföring.
- För att genomföra dessa satsningar ökas de personella resurserna (adm. kostnad).

Kostnaden för att värva en spelare som gör en insättning har i planeringen antagits vara 1 000 kronor. Bidraget i form av net gaming från en sådan spelare antas baserat på statistik från start av Hembingo vara 250 kr/månad.

Det ackumulerade resultatet når en lägsta nivå på ca minus 5 Mkr då denna marknadsföringskampanj når sitt slut mars 2009. Ur ett cashflowperspektiv bedöms marginalen mellan denna lägsta nivå och insatserna i bolaget från emissionslikviden som tillräcklig.

Därefter, alltså redan efter ett halvår, bedöms bolaget generera ett överskott tillräckligt för en fortsatt expansion.



Använda begrepp:

Nedan en förklaring av använda begrepp och deras huvudsakliga beståndsdelar.

Net Gaming:	Skillnaden mellan spelarnas insatser och vinster. Rensat för bonus och avsättningar/vinster av Jackpots. Populärt uttryckt "det spelaren lämnar vid bordet".
Direkta Kostnader Spel:	Består huvudsakligen av två delar. Kostnader för drift av spelsystem, portal, kundtjänst och adm. tjänster Malta samt s.k. Revenue Share. I HappyBingo fallet är alla driftskostnader inbakade i Revenue Share delen.
Netto Spel:	Net gaming – Direkta kostnader spel.
Marknadsföring:	Marknadsföringskostnader. Huvudsakligen köp av exponering i olika media, samt produktionsmaterial.
Adm:	Personella resurser (VD, COO) för löpande och strategisk hantering av verksamheten. Inköp av design och utvecklingsresurser för både den löpande verksamheten och utvecklingsprojekt.
Resultat:	Netto Spel – Marknadsföring – Adm. Inklusive spelskatt, exklusive ev. bolagsskatt.

Inom ett år beräknas United Media kunna generera närmare en miljon kronor i nettoöverskott per månad, med fortsatta marknadsföringsåtgärder inräknade

Villkor och anvisningar

Emissionsvolym

Emissionens volym uppgår till 10 530 000 SEK fördelat på 7 020 000 aktier. Detta motsvarar efter genomfört erbjudande vid full teckning i nyemissionen ca 35 procent av Bolaget.

Teckningskurs

Teckningskursen har fastställts till 1,50 SEK per aktie. Courtage utgår ej.

Teckningsposter

Teckning sker med 7 020 aktier i varje post. Posterna kan inte delas.

Pris per post

Priset per post är 10 530 SEK.

Teckningstid

Teckning av aktier i Bolaget kan göras från och med den 20 oktober 2008 till och med den 24 november 2008. Eftersom bolaget tillämpar löpande teckning i emissionen innebär det att den kan bli fulltecknad före teckningstidens slut. Styrelsen förbehåller sig rätten att besluta om förlängning av teckningstiden, eventuell överteckning samt att emissionen skall fullföljas även om den ej tecknas fullt ut.

Anmälan

Anmälan om teckning är juridiskt bindande och görs på särskild, för ändamålet speciellt utformad teckningssedel (bilaga). Teckning anses inte fullgjord förrän både teckningsanmälan är inskickad och likvid är erlagd enligt anvisning på teckningsanmälan. Anmälan är inte fullständig utan betalning.

Ifylld teckningsanmälan skickas till:

United Media Sweden AB

BOX 3160

103 63 Stockholm

Undertecknad teckningsanmälan kan med fördel faxas på faxnummer 08 - 20 06 04 eller mailas ifylld till bolaget på mailadress info@unitedmedia.se

Anmälan skall vara Bolaget tillhanda senast kl 17.00 den 24 november 2008 .

För eventuella frågor eller ytterligare information kontakta Hans Liljebad på telnr. 0733- 777 430 eller Gunnar Werner 0705 - 670 760.

Räkenskaper/Finansiell information

Styrelsen i Bolaget är av uppfattningen att befintligt rörelsekapital är tillräckligt för aktuella behov i Bolagets löpande verksamhet. Genom förestående nyemission ges medel för offensivare satsningar avseende marknadsbearbetning. Skulle nyemissionen ej tecknas till sin huvuddel kommer dessa investeringar att senareläggas alternativt minska i tempo.

United Media Sweden AB har idag ca 50 aktieägare av vilka de fem största ägarna äger ca 65 %.

För att säkerställa en fortsatt utveckling av HEMBINGO och HAPPYBINGO krävs ett kapitaltillskott. Detta är avsett för marknadskommunikativa åtgärder. Bolaget har beslutat att söka finansiering via en emission under Q4 2008. För att genomföra denna kapitalanskaffning har bolaget dels tagit fram underlag i form av detta prospekt.

Rättigheter och avtal

Patent och Immateriella tillgångar

Bolaget äger samtliga rättigheter och varumärken som används i verksamheten. Följande rättigheter och varumärken ägs och används i verksamheten;

HEMBINGO – registrerat som ordmärke och ord/bildmärke

HAPPYBINGO - skydd sökt för ordmärke och ord/bildmärke

Bolaget innehar inte några patent som verksamheten bygger på.

Domännamn

Bolaget har rätten till domännamnen hembingo.com, hembingo.se och happybingo.com och använder dessa aktivt i verksamheten. Därtill har Bolaget även registrerat domännamnen www.unitedmedia.se, och ytterligare ett antal domännamn.

Försäkringar

Styrelsen bedömer att Bolaget har ett tillfredsställande försäkringsskydd.

Väsentliga avtal

Teckningsoptionsavtal med ledande befattningshavare och andra nyckelpersoner har ingåtts innebärande att dessa äger rätt att teckna aktier motsvarande 7 % av det totala antalet aktier i bolaget.

Bolaget ingick i maj 2008 ett avtal med Georg Westin om förvärv av varumärket, domänen Happybingo.com samt hans rättigheter och skyldigheter visavi St Minver. Avtalet består dels i en kontantdel och dels en tilläggsköpeskilling. Av den kontanta delen återstår en miljon SEK att betala.

Tvister

Bolaget är inte och har inte heller tidigare varit part i några rättsliga förfaranden, skatteärenden eller skiljeförfaranden (inklusive ännu icke avgjorda ärenden eller sådana som Bolaget är medvetet om kan uppkomma) sedan Bolaget bildades, och som nyligen haft eller skulle kunna få betydande effekter för Bolaget finansiella ställning eller lönsamhet.

Bolagskoden

Bolaget tillämpar för närvarande inte koden för bolagsstyrning.

Aktieägaravtal m.m.

Aktierna i Bolaget har inte varit föremål för något uppköpserbjudande. Något hembuds- eller inlösenavtal mellan de större aktieägarna finns ej såvitt Bolaget känner till. Några villkorade aktieägartillskott, optionsavtal etc. finns inte heller i Bolaget.

Likvidation

Aktieägarna har rätt till överskott vid eventuell likvidation.

Rättsprocesser

Bolaget är inte part i tvist, rättegång, skiljeförfarande eller annan rättslig process som bedöms kunna påverka Bolagets ekonomiska ställning eller resultat i någon väsentlig grad. Det föreligger inte några av styrelsen kända förhållanden som skulle kunna leda till rättsligt förfarande.

Transaktioner med närstående

Ingen av styrelseledamöterna, de ledande befattningshavarna eller Bolagets revisorer har – varken själva, via bolag eller genom närstående, haft någon direkt delaktighet i affärstransaktion genomförd av Bolaget, som var eller är ovanlig till sin karaktär eller sina villkor. Bolaget har inte lämnat lån, garantier eller borgensförbindelser till förmån för styrelseledamöterna, de ledande befattningshavarna eller revisorerna i Bolaget.



Anmälan till teckning i United Medias emission

Teckningsnr:

Skriv ditt person/orgnr här

Härmed inbjuds ni, i enlighet med villkor i informationsmemorandum, utgivet av styrelsen för United Media Sweden AB, org.nr 556706-8720 i oktober 2008, att teckna aktier i United Media Sweden AB.

Anmälan skickas till:
United Media Sweden AB
BOX 3160
103 63 Stockholm

fax: 08 – 20 06 04
email: info@unitedmedia.se

Undertecknad anmäler sig härmed för teckning av post/er om

7.020 aktier à 1:50 SEK (10.530SEK per aktiepost), summaSEK

Pris per aktie: 1:50 SEK. Totalt antal teckningsbara aktier: 7 020 000
Totalt antal poster: 1 000 st. Total emissionsvolym: 10 530 000 SEK.

Teckningstid: 2008-10-20 till 2008-11-24 (styrelsen förbehåller sig rätten att stänga emission vid fulltecknad emission då den är löpande samt att förlänga teckningstiden).

Anmälan måste vara United Media Sweden AB tillhanda senast 2008-11-24 kl 17.00
Betalning för tilldelade aktier skall ske inom fem (5) bankdagar efter det att ifylld blankett är inskickad till bolaget. Betalning sker på bankgiro 5858-3741. Ange teckningsnummer som meddelande till betalningsmottagaren United Media då betalning sker. En avräkningsnota skickas ut som bevis på aktieinnehavet efter det att betalning inkommit och registrerats.

Teckning är fullgjord först då full likvid är erlagd på klientmedelskonto avseende tecknad post. Anmälan är bindande.

Aktierna skall registreras på nedanstående depå Härmed befullmäktigas United Media Sweden AB att verkställa teckning enligt de villkor som angivits i ovan angivna memorandum.

eller värdepapperskonto:

Var vänlig texta !

Personnr	Ange VP-konto alternativt depåuppgifter	
VP-konto(12 siffor)	0100 1	
Depånummer	Depåinstitut	
För- och efternamn alt. firmanamn		
Kontaktperson(för firma)		
Postadress		
Postnr	Ort	
E-post		
Telefon dagtid		
Mobiltelefon		
Ort och datum		
Underskrift av tecknare (förmyndare/firmatecknare)		
Namnförtydligande		

Undertecknad har tagit del av ovan angivet informationsmemorandum och är medveten om samt bekräftar att:

- Anmälan är bindande samt att endast en anmälnings-sedel per tecknare kommer att beaktas.
- Genom undertecknande av denna anmälnings-sedel befullmäktigas styrelsen i United Media att verkställa teckning av aktier enligt villkoren i ovan nämnda informationsmemorandum.
- Inga ändringar eller tillägg får göras i förtryckt text i denna anmälnings-sedel.
- Ofullständig eller felaktigt ifylld anmälnings-sedel kan komma att lämnas utan avseende.
- United Media ansvarar ej för tekniska fel, fel i telekommunikations- eller posthantering i samband med inlämnande av anmälnings-sedel .
- Införandet av de nya aktieägarna i aktieboken kommer att ske senast två veckor efter det att betalning erlagts.
- Erbjudandet enligt memorandumet riktar sig enbart till den begränsade krets av utvalda personer som bolaget direkt har distribuerat memorandumet till. Under inga omständigheter riktar sig erbjudandet till sådana personer vars deltagande förutsätter ytterligare prospekt, registrering eller andra åtgärder än de som följer av svensk rätt. Anmälan om teckning av aktier i strid med ovanstående kan komma att anses vara ogiltig.